

市场经济下企业统计模式探讨

宋 香 荣

经济体制改革的深入使企业统计由传统的报告型统计向经营管理型统计转变。在新的形势下,如何进一步充实经营管理型统计的内涵。构建市场经济下的企业统计模式呢?我们认为,企业综合统计信息系统是企业统计发展的目标模式。

一、市场经济下企业统计的任务

企业统计的任务取决于企业经营活动的特征和企业行为。由于企业是国民经济细胞,因而,企业核算是国民经济核算的基础,企业核算是国民经济总量指标的来源。按照《统计法》的要求,企业有义务向国家主管部门和统计部门报告有关的企业统计资料。

在市场经济条件下,企业能否生存,取决于决策的正确与否和其投入——产出的转换能力,就是说企业面临两个问题:一是少投入,多产出;二是使其产品符合市场选择,要做到这一点,首先必须对其投入产出过程实施全面质量控制;同时进行市场分析,使其决策建立在可靠的基础上。因此,企业统计的任务有:

(一)为国民经济核算提供基础资料。

(二)为企业经营决策提供依据。

(三)为企业管理提供信息服务。

协调企业统计各职能之间的关系,建立企业统计综合信息系统。

二、市场经济下的企业统计模式构建

企业统计的任务决定了企业统计模式的基本框架,但企业统计模式并不是企业统计任务的拓展和延伸,科学的企业统计模式的构造即要对企业统计活动具有指导作用,又要能经受实践的检验。

企业统计模式的构造应具有企业的特征,应受到企业经营活动和企业行为的制约。企业经济运行不同于国民经济运行,企业管理也不同于国民经济宏观调控,因而其统计核算的目标应有区别,那种把国民经济核算体系的帐户模式简单地套到企业统计是不恰当的,即使以为国民经济核算提供资料为由,也不能涵盖企业统计的各个方面和企业统计的目的。因此,笔者认为,企业统计模式应是建立企业综合统计信息系统。

所谓企业综合统计信息系统是指企业统计根据企业经营管理活动的性质和企业运行的特征,由统计调查、整理、分析、传输和储存等环节所构成的,旨在为协调企业和外部环境的关系和为经营管理决策提供信息服务的相互联系、相互制约,具有一定结构特征和其自身运行规律的有机整体。这一系统具有以下特征:

(1)系统的目标是为企业经营管理提供信息以及向外界环境提供报告。

(2)系统的构成要素是统计工作及信息传输的环节与过程。

(3)统计信息系统的运行有其自身的规律,这一规律是和企业的行为相联系且受其制约。

(4)企业综合统计信息系统的来源是企业内部经营活动和市场。

(5)企业综合统计信息系统具有一定的层次结构,其子系统主要由企业统计对外报告系统、企业内部统计报告系统和企业市场统计分析系统构成。

每个企业经营活动有其自身的特点,其综合统计信息系统的运行会有差别,但构成系统的基本要素及特征是相同的。报告是企业综合统计信息系统的基本职能;分析则是企业统计的重心。企业统计应报告与分析并举,重心应在统计分析。因此,企业综合统计信息系统可由对外报告子系统、内部报告子系统和市场统计分析子系统构成,其中,市场统计分析子系统是企业统计的核心。

三、企业统计对外报告系统

对外报告系统是根据国民经济核算要求,向国民经济各有关部门报送其所需要的各项资料。对外报告系统须提供信息的范围、内容不是由企业自身所决定的,它是由国民经济的有关主管部门和统计部门所规定的。因此,企业的对外报告系统是企业统计所必须设置的一个子系统,是其模式的一个必要的组成部分。企业统计的任务就是根据要求进行统计调查、整理、分析和报告,没有必要对其内容、指标体系、报告方式等进行详细地研究。因为从利益主体看,企业对外报告同企业自身利益无直接关系,或者说,企业对其报告的内容是无能为力改变的,只有按照要求报告,这是企业的义务,也是企业协调与外部环境关系的过程,如现在推行的企业统计一套表制度,就是企业对外报告的一种模式,至于这种模式以后如何改变,是国民经济核算所必须考虑的问题,而非企业统计所力所能及。

四、企业内部统计报告系统

企业内部统计报告系统的重要任务是为企业管理服务,它主要为企业管理人员实现管理职能提供信息。企业内部报告系统有很多,作为统计报告系统应着重于对其生产经营过程信息的搜集、整理和分析,从数量上反映企业经济运行的状态和水平,从而为控制与协调企业运行提供依据。它主要包括产品生产、销售、储存信息。任何企业产、销、存是其生产经营的重心,同时也反映生产经营动态。内部统计报告系统应从数量和质量等方面对其进行评价、分析和报告。应用现代统计方法对原材料管理、产品质量控制等方面也应属其系统功能的组成部分。

五、企业市场统计分析系统

市场统计分析系统主要是针对市场与企业有关的信息进行调查、收集、整理、分析和报告的过程,其目的是为企业经营决策提供依据。

市场调查有三类:一类属于市场环境的调查,包括政治环境、经济环境、社会环境、政策、技术环境等;另一类属于商品供需状况调查,包括市场容量、市场占有率、市场潜在需求预测、居民购买力、居民消费偏好、商品需求弹性等;再有是调查竞争对手情况,包括对手策略集会及其对策,对应的损益矩阵以及风险函数等。

市场制约着企业,企业能否在激烈的市场竞争中生存和发展,取决于其经营决策的正确与否以及企业对市场反应的灵敏度。因而,企业市场统计分析系统的完善与否对企业的生存有着至关重要的影响。

(作者单位:厦门大学计统系)(责任编辑:王公达)